

七夕节·消费

宁波商圈把七夕“拉长”

过成了“浪漫周”

今年七夕落在周三,宁波人的过节节奏却未被工作日局限。8月中旬起,从天一广场、和义大道到阪急,从鄞州印象城到宁波第二百货,各大商圈不约而同把七夕拆成了一整条“浪漫周”动线,消费热度一直延续到8月下旬,让七夕经济跳出了“当天买完即走”的局限。



七夕去哪玩?

宁波这些景区“甜度爆表”

“七夕今宵看碧霄,牛郎织女渡鹊桥。”今天就是七夕节,宁波多家旅游景区、文化场馆推出“甜蜜”活动,邀请广大市民游客一起共赴浪漫之约。

天一阁·月湖景区推出“月湖·七夕游缘”系列活动,包括点亮七夕“心”桥与“宰相择婿:罗城幸福家游‘缘’会”两大板块,涵盖许愿打卡、音乐互动、“宰相”送福、点亮“心”桥、戏曲表演等多种形式和内容,让游客在湖光月色中感受传统七夕文化。

19:30-20:30,20位身着宋式服饰的“幸福货郎”将挑着“甜蜜礼担”,从月湖罗城幸福家出发,途经月湖公园、鼓楼,一路巡游至秀水街区。

宁波市公共文化中心推出“非遗,让生活更美好”——我们的节日·七夕主题活动。今天非遗馆化身“乞巧”工坊,打造专属手作体验,以绳编交错织就心意,借朱金漆木雕、串珠等定格情意。

待到夜幕降临,非遗馆外露天剧场,沉浸式情景秀《今夕又七夕》重磅开演,宋词《鹊桥仙》搭配光影晚风,灵桥夜色化作天然背景,让人静静感受一场关于爱的幻梦。

“十里红妆”是宁波乃至浙东地区特有的婚俗,2008年被列入第二批国家级非物质文化遗产保护名录。

花轿迎亲、凤冠霞帔,古礼成婚、古镇巡游……七夕节当天,宁海前童古镇将再现一场国家级非遗中式婚礼,游客可以跟随迎亲队伍,沉浸式体验“十里红妆”传统婚俗仪式。

在宁波野生动物园,有许多相知相伴的动物“情侣”,它们在这儿安家繁衍,经营着自己的幸福生活。

8月19日至21日,宁波野生动物园推出七夕专属优惠,199元全天双人票(原价360元),让美好的爱情在大自然中升温。

盛夏光年烟花秀、夏日狂欢大巡游、星光潮玩夜……宁波方特七夕节的烟花焕新升级,水母烟花唯美浪漫,漫天流光溢彩,共同见证爱人们的心动瞬间。此外,园区还将上演打铁花、水上飞人火壶、国风舞蹈秀等精彩纷呈的表演。

今晚,海浪音乐季·老椰子树下音乐LIVE将在北仑梅山湾沙滩公园开唱。坐在沙滩上,晚风裹着动听的旋律扑面而来,跟着节奏尽情摇摆,惬意又浪漫。游客还可以沿着梅山湾慢行系统游步道悠闲漫步,打卡万博鱼度假小镇、潮风体育公园等海浪音乐季四大点位。

此外,东钱湖旅游度假区、三江夜游等景区(景点)也分别推出“七夕”特别活动,甜蜜加倍,幸福满分,就等您来解锁。

记者 俞家嘉



天一阁·月湖景区。受访者供图

1 从“一天仪式”到“一周浪漫”,活动时间轴全面拉长

以往七夕消费往往集中在节日前后两三天,今年宁波商圈普遍把活动周期拉长到一周甚至更久,形成了错峰引流的新节奏。

最早接住市民闲暇时间的是天一广场。七夕当日,天一广场联合抖音生活服务打造的“夏日COOL!凉爽派对”将正式亮相,噗噗小章鱼IP领衔的清凉街区里,玩水大作战、抓鸭子大赛和民

谣歌会将把城市中心的广场变成夏天的泼水现场,还搭配次元coser大巡游,12位高还原度人气coser集结巡游,年轻客流被直接拉进商圈。

8月18日至19日,和义大道的“一曲江弦,一帧热恋”主题活动,把流动弦乐演出铺到A/B/C三个区域的滨江沿线。夜晚的三江口晚风里,弦乐声伴着大疆无人机在空中派送玫瑰,科技感与

仪式感叠加,把传统“送花”变成公共艺术现场。

在东部新城的阪急百货,情侣约会升级成一场“双人骑行赛”闯关游戏。参加互动的情侣们要在B1F完成“默契滑行”、2F挑战“复古同乘”、4F解锁“齐速心动”,骑着滑板车、自行车逛遍整座商场。用“闯关”代替“逛街”,把情侣的停留时间拉长到一整场游戏。

2 全客群覆盖+硬核让利,甜蜜经济跳出“情侣专属”

过去大家印象里的七夕消费,几乎是情侣群体的专属。但今年宁波商圈的活动明显向全客群敞开大门,不管是单身青年、一家三口,还是为婚嫁采购的家庭客群,都能在这场“浪漫周”里找到适配的玩法。

在鄞州印象城,浪漫被具象成一片“星河”。以“织女”为灵感的大型编织装置用万千布条交织而成,活动6天里,已有超千位市

民亲手参与续线,既避开了节日当天的人流拥堵,也让不同需求的消费者都能找到适合自己的到场时间,把七夕消费热度从“单日峰值”拉成持续一周的升温曲线。

宁波第二百货的“七夕黄金金条节”横跨8月15日至23日,中国黄金9999饰品每克优惠120元,明牌、六福等品牌克减百元,钻石饰品五折起,还推出“免折旧费”换新。真金白银的让

利,把节日礼物需求转化为刚需消费。

与此同时,8月16日至19日每天下午,商场二楼开设公益相亲角,实名认证后可享红娘一对一牵线。黄金柜台前人头攒动的,是准备送礼的情侣和家庭;相亲角里认真翻看资料的,是家长与单身青年。两拨人群互不干扰,共同撑起工作日的商场人气。

3 观察:从“节点促销”到“周期运营”

放在城市消费的大图景里看,今年宁波商圈的七夕玩法有明显的转向:不再赌“8月19日一晚的爆发”,而是经营“8月16日到23日的一整周”。

时间的设计上,周末用低门槛、强互动的游戏活动换客流,工作日用黄金让利、公益相亲、夜场

市集换客单和复逛。

消费场景上,从年轻群体喜欢的美妆、潮玩,到家庭刚需的黄金珠宝,再到全客群都能参与的互动游戏,宁波商圈的七夕经济已经跳出“鲜花+餐饮”的窄赛道,变成覆盖多品类、全客群的综合消费场景。

当“七夕”从一顿晚餐、一束花、一场电影,被拆成“先去天一一泼水—再去阪急骑车—顺路和义接无人机玫瑰—周末带娃看coser—工作日抽空去二百货换金条”的一周行程,宁波商圈把一天的“中式浪漫”做成了可延展的城市夏夜产品。 记者 史妮超 文/摄